

Inhalt

Einleitung 9

1 Sales: Modelle und Prozesse 11

Peter Krumbach-Mollenhauer

Einführung in das Thema 11

Das Sales-Modell 13

Führung im Vertrieb 27

Qualifikationen von Top-Verkäufern 28

2 Pre-Sales 33

2.1 Die organisatorische Einbindung des Vertriebs 35

Alexander Fuchs / Frank Schiel

Einleitung 35

Kriterien des externen Marktes 36

Ziele des Unternehmens 40

Strategiekonzepte 43

Organisationsstruktur 47

Gesamtüberblick 50

Strukturierung der Vertriebsorganisation 51

Interne Schnittstellen zum Vertrieb 58

Unterstützende Instruments 60

Führungssysteme 61

Fazit 63

2.2 Einstellung zum Verkauf 65

Markus Brand

- Einleitung 65
- Beginnen Sie damit zu sein, was Sie werden wollen 66
- Kreieren Sie Ihre Vision 67
- Entwickeln Sie ein positives Selbstbild 68
- Identifizieren Sie sich mit Ihrem Produkt 69
- Wertschätzen Sie Ihren Kunden 69
- Integrität, die Mentalität der Fülle und Reife 73
- Erst verstehen, dann verstanden werden 75
- Erkenne Dich selbst, Verkäufer, und kenne Deinen Kunden!
Motivationsförderung im Verkauf mit Hilfe der Lebensmotive 77
- Praktische Motivationshilfen zur Förderung der Einstellung im Verkauf 83

3 Sales 91

3.1 Der Umgang mit Entscheidern/Käufern eine Typologisierung 93

Thomas Lehment

- Einleitung 93
- Ein praxiserprobtes Kundentypenmodell 95
- Wie Sie Kundentypen erkennen und wie Sie mit ihnen umgehen 101
- Wer will schon jeden Tag Steak? 116

3.2 Das Verkaufsgespräch 119

Michaela Hüpperling

- Einleitung 119
- Ihre Einstellung und Positionierung als Verkäufer 120
- Die Vorbereitung Ihrer Verkaufsgespräche 126
- Die Struktur Ihrer Verkaufsgespräche 133
- Die Nachbereitung Ihres Verkaufsgesprächs 142

3.3 Die Psychologie des Verkaufens 145

Peter Krumbach-Mollenhauer

- Grundgedanken zur Psychologie im Verkauf 145
- Käufer und Verkäufer treffen sich – Was nun? 146
- Psychologische Aspekte bei der Überzeugung – Methoden der Einflussnahme 153

3.4 Telefon- und Kaltakquise 171

Petra Keßler

- Vorbereitung 171
- Telefonakquise 180
- Kaltbesuche 183
- Verkaufsgespräch 185
- Schlusswort 186

4 Strategisches Verkaufen 187

4.1 After Sales und Customer Relationship Management 189

Dirk Liesenfeld

- Vorab – Versuch einer Erklärung 189
- CRM 190
- CRM und Kundenwertmessung 193
- Der Weg zu einem erfolgreichen CRM 200
- Den Kunden verstehen lernen – sonst klappt es nicht 203
- Learnings und Beispiele aus der Praxis 204
- Empfehlungen und Tipps 207

4.2 Key Account Management 209

Frank Schiel, Alexander Fuchs

- Markttrends, zukünftige Entwicklungen 209
- Zielsetzungen des Key Account Managements als marktbezogene
Strategieausrichtung 211
- Implementierung eines Key Account Managements in bestehenden
Organisationsformen des Unternehmens – Chancen und Risiken je Strategie und
Organisationsform 218
- Die systematische Arbeitsweise eines Key Account Managers: Strategie, Tools,
Kundenentwicklungspläne, Jahresgespräche, zentrale Kundeninformationen 223
- Nutzen und Schaden von Key Account Management für Kunden und das eigene
Unternehmen 230
- Key-Account-Management-Check: Wie läuft's im eigenen Unternehmen? 232

5 Vertriebseinheiten führen 235

5.1 Die Auswahl von Vertriebsmitarbeitern 237

Thomas Lehment

Einleitung 237

Was macht einen erfolgreichen Vertriebsmitarbeiter denn aus? 237

Wie veränderbar sind die Kompetenzen eines Verkäufers? 249

Hinter die Fassade des Bewerbers schauen –

Was soll sein, was ist? 250

5.2 Die Praxis des Verkaufs – Vertriebssteuerung 271

Eric Winkler

Einleitung 271

Die Vertriebsplanung 272

Die Vertriebssteuerung 278

Zusammenfassung 298

5.3 Die Steuerung von Vertriebsteams 299

Mechthild Laumen-Schiel

Management und Organisation von Vertriebsteams 300

Effiziente Führung von Vertriebsteams 312

Gruppendynamiken in Vertriebsteams 316

Häufige ›Stolperfallen‹ in der Führung von Vertriebsteams 322

Selbststeuerung: Führung der eigenen Person 324

5.4 Coaching im Vertrieb 327

Albert Thienel

Typische Anlässe zum Coaching im Vertrieb 327

Coaching des Vertriebsführungsverhaltens 328

Coaching der Teamarbeit des Außen- und Innendienstteams 332

Coaching zur Standortbestimmung eines Vertriebsgeschäftsführers 337

Coaching einer Vertriebsmannschaft 342

Die Autoren 347

Literaturempfehlungen 353

Index 359